



La Comisión de Seguimiento para la Medición Digital pone en marcha el nuevo concurso

## Nuevo concurso para la medición de audiencias digitales

*Madrid, 15 de julio de 2020.-* La Comisión de Seguimiento para la Medición Digital comunica el inicio del proceso de convocatoria del Concurso para la Medición de las Audiencias Digitales en España. El objetivo es actualizar el sistema de medición a las necesidades del mercado, incorporando las novedades metodológicas que permiten las tecnologías de vanguardia sin perder el rigor de la medición, y con el consenso del mercado.

La Comisión está formada, como en anteriores ocasiones, por la Interactive Advertising Bureau Spain (IAB Spain), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) y la Asociación Española de Anunciantes (aea), representando a anunciantes, agencias y medios.

Para tener una visión y un conocimiento más global del mercado, y con el objetivo de obtener la propuesta que mejor cumpla con las necesidades que se determinen, esta Comisión ha abierto ya un proceso de selección de una consultora independiente que asesorará y centralizará todo el progreso del concurso.

La consultora que se determine, además de aportar la visión y necesidades de cada una de las partes intervinientes, elaborará el pliego del concurso, analizará cuál es el mejor modelo de negocio para abordar el proyecto, coordinará y agilizará todo el desarrollo y recomendará a la Comisión de Seguimiento la que considere que es la mejor propuesta entre los participantes en el concurso.

Las bases técnicas del mismo las elaborará la consultora y se requerirá la aprobación y el consenso de dicha Comisión de Seguimiento. Paralelamente, se crea un grupo técnico en cada una de las tres asociaciones que desempeñarán un papel consultivo y aportarán sus análisis y valoraciones durante todo el proceso.

---

### **Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación**

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 137 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

### **Asociación Española de Anunciantes (aea):**

La Asociación Española de Anunciantes (aea) es la asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes para defender los intereses de estas en todo lo que afecta a la comunicación comercial; agrupa a más de 220 asociados -con más de 600 marcas-, en su mayoría son grandes empresas cuyas inversiones publicitarias suponen el 60% en televisión, y más del 47% en inversión digital y en el total medios.

### **IAB Spain**

IAB Spain es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Con más de 200 asociados su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB's con presencia en 45 países.